

El Arte de Presentar



Gonzalo Álvarez Marañón



INTRODUCCIÓN

1

Las habilidades de presentación pueden aprenderse y mejorarse mediante la práctica

Las presentaciones tienen un coste enorme en tiempo y dinero: ¡RENTABILÍZALAS!

La mayoría de las presentaciones poseen el efecto de causar la “**muerte por PowerPoint**” de los asistentes: son aburridas, difíciles de seguir, con transparencias que dañan el mensaje en lugar de contribuir a comunicarlo.

La culpa no la tienen las herramientas de creación de presentaciones (*slideware*) sino el mal uso que se hace de ellas. ¡Tú eres el responsable de tu presentación!

Las presentaciones constituyen un proceso creativo, que implica la participación holística de ambos hemisferios del cerebro.

La transformación de tu contenido en una presentación requerirá que ejercites mucho más tu lado emocional y artístico.



¿Cuándo fue la última vez que estuviste en una presentación sin que notaras el paso del tiempo?

Los tres objetivos de toda presentación

- 1 Conectar con la audiencia**
Tu mensaje debe conectar con los objetivos e intereses de tu audiencia. Sólo así tu comunicación resultará eficaz.
- 2 Dirigir y mantener la atención**
Debes dirigir a tu audiencia para que preste atención a lo que es importante desde los primeros segundos.
- 3 Fomentar la comprensión y el recuerdo**
Tu presentación debe ser fácil de seguir, digerir y recordar.



Conectar con la
audiencia



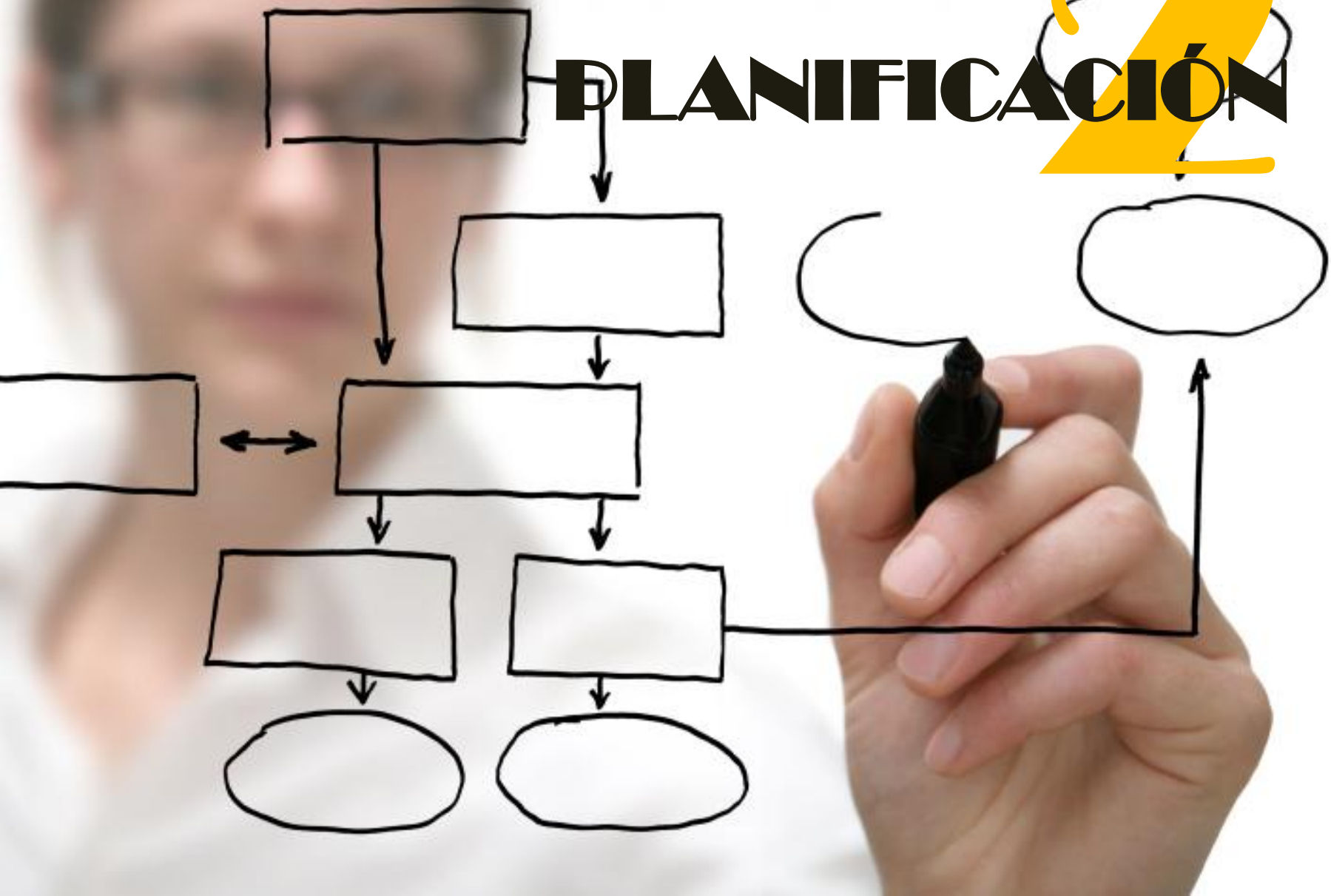
Dirigir y mantener la
atención



Fomentar la comprensión
y el recuerdo

PLANIFICACIÓN

2



AUDIENCIA

Debes conocer a la audiencia para ajustar tu presentación a sus intereses y necesidades

No escatimes esfuerzos para indagar cómo es tu audiencia.

Para llegar a la audiencia, **sintoniza** tu charla a un nivel que conecte con lo que la audiencia ya sabe:

1. El lenguaje que utilizas: **usa frases sencillas y evita la jerga y los acrónimos.**
2. Los tipos de ayudas visuales que empleas.
3. Los conceptos específicos y la información que referencias.



Conoce a tu audiencia y concóctete a ti mismo y saldrás triunfador en mil presentaciones.

La Maldición del Conocimiento: una vez que conocemos algo, nos resulta muy duro imaginarnos cómo era no conocerlo

EJERCICIO

La soledad del tamborilero

Cuando presentamos, a menudo está sonando en nuestra cabeza una melodía que la audiencia no puede escuchar. ¿Qué melodía es?

Mapa de las necesidades de la audiencia

Responde a las siguientes preguntas sobre la audiencia:

¿Cuántos son?

¿Quiénes son?

¿Por qué están aquí?

¿Cuáles son sus inquietudes?

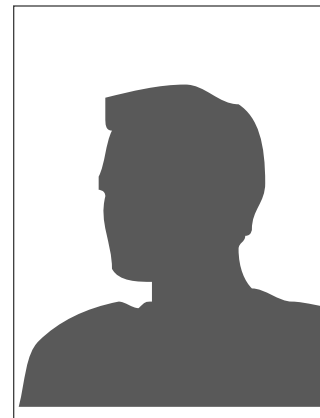
¿Cómo puedo solucionar su problema?

¿Qué quiero que hagan?

¿Cómo puedo llegarles mejor?

¿Cómo podrían resistirse?

¿Qué saben sobre el tema?



TIEMPO

El mayor pecado es pasarse del tiempo

Debes mantenerte escrupulosamente dentro del límite de tiempo asignado a tu presentación.

Dimensiona tu presentación para utilizar un **80%** del tiempo asignado.

Sigue estas tres **estrategias para gestionar el tiempo**:

1. Dimensiona adecuadamente la presentación.
2. **Ensaya.**
3. **Utiliza recordatorios de tiempo durante la presentación.**

¿Alguna vez alguien se ha quejado porque una presentación fuera corta?



MENSAJE

El gran error de la mayoría de presentaciones es querer decirlo todo

Ninguna presentación puede proporcionar toda la información sobre un tema.

Debes tener muy claro cuál es el mensaje fundamental de tu presentación, para que puedas dejárselo igualmente claro a la audiencia.

Evita proporcionar información irrelevante o detalles secundarios. Todo aquello que no contribuya a comunicar el mensaje, debe ser eliminado.

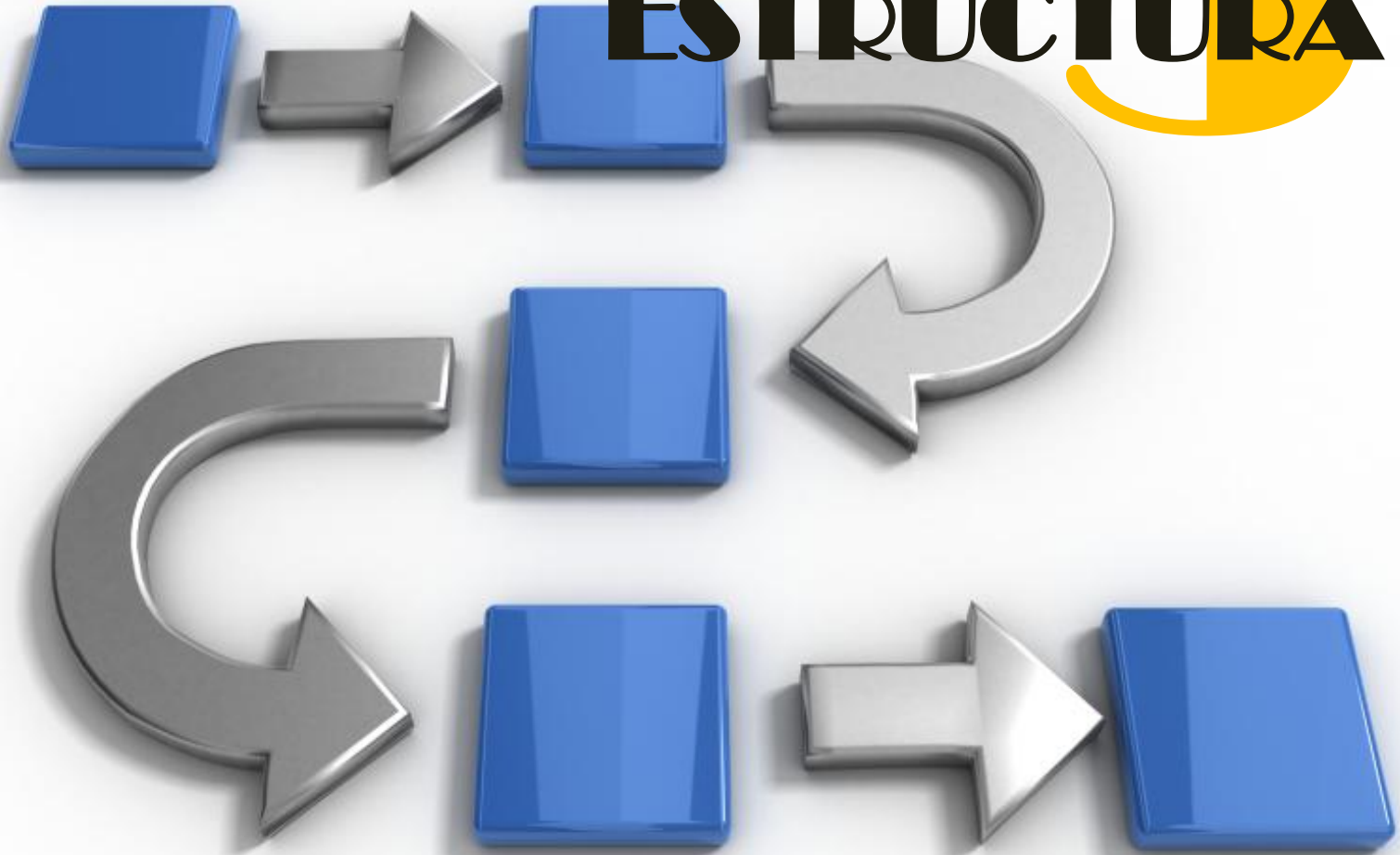
La pregunta más importante de la audiencia que debes responder: **¿Por qué debería importarme?** Debes ponerte siempre en el lugar de la audiencia.



El mensaje fundamental o idea fuerza es el norte que marcará el camino a seguir.

		Ideas clave	Ideas secundarias	Ideas terciarias
CUERPO	Inicio			
	Conclusión			

ESTRUCTURA



CONTENIDO

Una presentación no es un documento

Aunque muchos aspectos de la estructura de una presentación son similares a los de un documento, al menos cuatro aspectos difieren:

1. Orienta a la audiencia con la gran foto al principio, detalles en el medio y la gran foto al final.
2. Proporciona una hoja de ruta para que la audiencia sepa dónde está en todo momento.
3. Señaliza bien las transiciones entre las distintas partes de la presentación.
4. Adapta la complejidad de la presentación a la capacidad de procesamiento de la audiencia.

Nunca trasplantes ciegamente los contenidos del documento a la presentación



El acto de presentar en vivo es totalmente diferente del acto de leer un documento en solitario. La audiencia depende de ti para que la guíes y orientes en todo momento.

INICIO

Esfuézate por cautivar el interés de la audiencia desde el primer segundo

Arranca con un inicio lo más claro y memorable posible. ¡Memorízalo!

Responde a las siguientes preguntas que se hace la audiencia:

1. ¿Quién es esta persona que nos está hablando?
2. ¿De qué trata la presentación?
3. ¿Por qué la presentación es importante?
4. ¿Cómo está organizada la presentación?

La audiencia necesita tan sólo 8 segundos para formarse una idea acerca del orador



Empieza con un pistoletazo.

EJERCICIO

Aperturas para empezar con fuerza tu presentación

Prepara un inicio para tu presentación que utilice uno o más de los siguientes recursos:

1. Pregunta dirigida a los miembros de la audiencia
2. Hecho poco conocido o estadística sorprendente
3. Retrospectiva/Prospectiva
4. Anécdota o historia personal
5. Cita de una fuente reconocida
6. Analogía o metáfora
7. Elemento original.

CUERPO

El cuerpo constituye la parte más larga de la presentación, donde expones los detalles que soportan tus puntos o ideas principales

Si la complejidad lo exige, separa el cuerpo en varios módulos, idealmente no más de tres.

Selecciona los detalles que sirvan para comprender tu mensaje.

Haz participar a la audiencia.

Cuenta una o más historias. Mejor aún: estructura toda tu presentación como una historia.



Las historias son la forma más poderosa de comunicación.

Toda historia no es sino una variación de la misma vieja historia

EVIDENCIAS

Aporta evidencias para ganar credibilidad y conquistar la confianza de la audiencia

Muestras: Enseña el artículo del que estás hablando.

Ejemplos: Acerca el concepto a una experiencia vivida.

Estadísticas: Siempre imparciales y de fuentes fiables.

Demostraciones: Captan la atención e ilustran el concepto con total realismo, ya sean software o de otro tipo.

Ilustraciones: A partir de medios de comunicación escritos, como libros, periódicos, revistas, etc.

Incidentes personales: Hechos acaecidos a uno mismo.

Testimonios de expertos: Avalan la información proporcionada.

Analogías: Comparaciones que facilitan la comprensión.

Datos: Son la base de toda evidencia, pero deben suministrarse con medida.



La audiencia decide lo que es creíble, no tú.

La forma de ilustración más poderosa es la historia

CONCLUSIÓN

La conclusión es el colofón, el broche de la presentación

Pon todo el trabajo en perspectiva.

Orienta a la audiencia con la gran foto al inicio, detalles en el medio y la gran foto al final.

La conclusión debe ser firme y decisiva, reducida a una única frase concisa.

No memorices tu discurso completo, pero sí su apertura y cierre.

Mira con esperanza hacia el futuro.

Di "gracias" y cállate.

Termina a tiempo y con una nota clara y resonante (y positiva).

La conclusión de una presentación constituye su momento culminante: es el gran recordatorio del tema tratado.



EJERCICIO

Conclusiones resonantes

Prepara una conclusión en una única frase concisa, firme y decisiva.

Resumen

Reafirmación del beneficio

Lanzamiento de un reto

Cita inspirativa

Afirmación motivadora

Apelación a motivos nobles

DOCUMENTOS

Entrégale un documento a la audiencia y usa las transparencias como material de apoyo para tu presentación

Éstas no deberían tener sentido por sí mismas y por lo tanto sólo serían una distracción si las repartes a la audiencia.

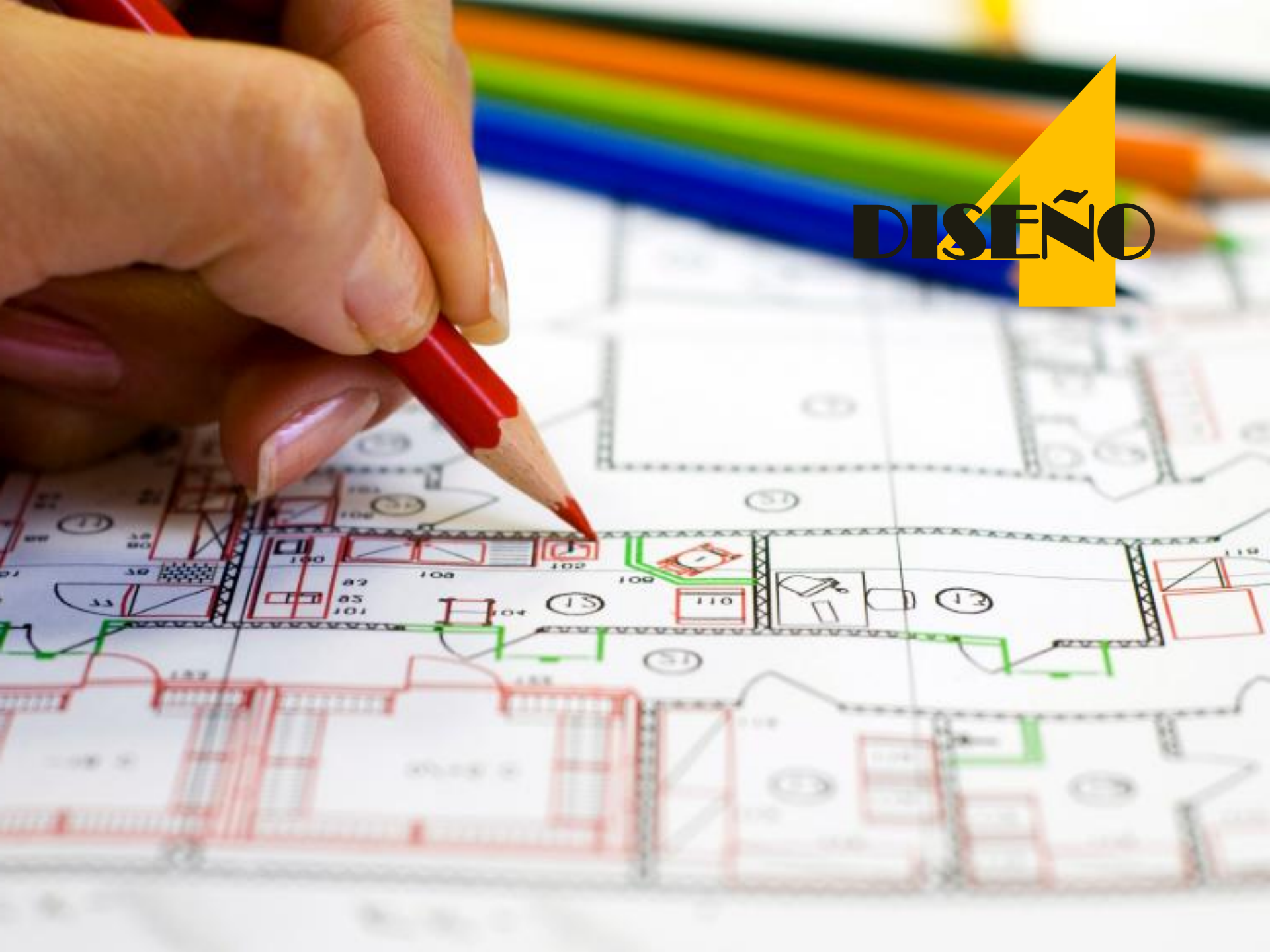
Tres elementos en una presentación:

1. Transparencias que el público ve.
2. Notas que sólo tú ves.
3. Documento para que se lleven.



Si tus transparencias tienen sentido por sí mismas, entonces ¿qué necesidad había de ti?

Nunca trasplantes ciegamente los contenidos del documento a la presentación

A close-up photograph of a hand holding a red pencil, drawing a floor plan on a piece of paper. The floor plan features various rooms, corridors, and furniture symbols, some of which are highlighted in red and green. In the background, several other colored pencils (blue, green, orange) are visible, slightly out of focus. A yellow triangular graphic element is positioned in the upper right corner, partially overlapping the word 'DISEÑO'.

DISEÑO

SIMPLICIDAD

Hazlo todo tan sencillo como sea posible, pero no más sencillo

Aplica la **Navaja de Ockham**.

Maximiza la relación **señal a ruido (SNR)** en cada una de tus transparencias.

La estética del **zen**:

Simplicidad

Máximo impacto con los mínimos medios

Naturalidad

Incluye solamente lo necesario para comunicar un mensaje concreto a una audiencia particular.

Elegancia

Menos es más



Si el mensaje puede diseñarse con menos elementos, ¿tiene sentido usar más?

Una sola idea por transparencia

FUENTES

Asegúrate de que TODO el texto de tus transparencias puede leerse

Evita poner todo en mayúsculas, todo en cursiva o todo en negrita.

Nunca subrayes.

Utiliza diferentes colores solamente para enfatizar o para indicar diferentes clases de información.

Utiliza diferentes fuentes solamente para enfatizar o para indicar diferentes clases de información.

Utiliza fuentes que sean fáciles de leer.

Asegúrate de que el tamaño es suficientemente grande para ser leído sin esfuerzo.

Asegúrate de que la audiencia puede discriminar con facilidad el texto del fondo.

Utiliza fuentes sin serif.

Utiliza fuentes estándar.



La mejor receta para el fracaso es asegurarte de que nadie puede leer el texto de tus transparencias.

LISTAS DE VIÑETAS

Nadie puede hacer una buena presentación con transparencia tras transparencia llena de viñetas

Cuanto más texto contiene la transparencia, mayor la tentación de leerlo,

Es posible crear una presentación sin listas de viñetas apoyándose en dos estrategias básicas:

1. Segmentar el contenido.
2. Usar la creatividad para enmascarar los boliches.



Tus transparencias deben amplificar tu mensaje, no repetirlo.

Si lees tus transparencias, pareces idiota

TÍTULOS

Los títulos deberían ser frases descriptivas, no palabras clave

Las frases completas declaran el propósito:

Añaden perspectiva específica sobre el tema.

Reorientan inmediatamente a la audiencia.

También reorientan al presentador.

Centran inmediatamente al presentador en el mensaje principal de la transparencia.

Consideraciones prácticas

1. Titula cada transparencia de manera que atraiga la atención sobre la información más importante.
2. Haz que el título sea tipográficamente distinto.
3. Presenta el título antes de que el contenido sea visible.
4. Sitúa el título en la parte superior de la transparencia.

ANIMACIONES

Las malas animaciones se encuentran entre las características más irritantes

Cuando algo se mueve por la pantalla, es imposible no seguirlo.

Haz un **uso eficaz** de las animaciones:

1. Utiliza animación para dirigir la atención
2. Utiliza transiciones para llamar la atención
3. Construye diseños complejos por partes

Nunca practicaremos el exceso



¿Existe algún propósito para que uses esa animación?

VÍDEOS

Nada es tan ilustrativo como un buen vídeo

Las secuencias de vídeo deberían ser breves, de no más de 30 segundos, e integrarse en la trama de la historia, es decir, en el hilo de la presentación, pues en caso contrario, el vídeo termina fagocitando la atención, alejándola del orador.

El uso de varias secuencias breves de vídeo espaciadas a lo largo de la presentación garantiza mantener a la audiencia alerta y atenta.

Deberían incluirse sólo si son relevantes para el contenido de la charla.

Las cosas claramente diferentes se recuerdan mejor que las comunes



¿Puedes contarlo con un vídeo?

FOTOGRAFÍAS

Las imágenes se recuerdan mejor que las palabras

Huye del clipart como de la peste.

Utiliza fotos de calidad.

Utiliza fotos para:

1. Definir el contexto.
2. Presentar evidencias.
3. Dirigir la atención de la audiencia.
4. Evocar una emoción específica.

No seas tímido y usa toda la pantalla.

Las imágenes poseen la virtud de cautivar a la audiencia



¿Esa foto comunica o degrada el mensaje?

REGLA DE LOS TERCIOS



"No des una charla.
Monta un show."

— Paul Arden



Muerte por **PowerPoint**

- ❑ Michael Alley, *The Craft of Scientific Presentations*, Springer (2007)
- ❑ Rick Altman, *Why Most PowerPoint Presentations Suck*, Harvest Books (2007)
- ❑ **Gonzalo Álvarez Marañón, *El Arte de Presentar*, Gestión 2000 (2012)**
- ❑ Robert R. H. Anholt, *Dazzle 'Em With Style: The Art of Oral Scientific Presentation*, Academic Press (2005)
- ❑ **Marín M. Antony, *Cómo superar la timidez y el miedo a hablar en público*, Amat (2007)**
- ❑ **Kristin Arnold, *Boring to Bravo*, Greenleaf Book Group Press (2010)**
- ❑ Cliff Atkinson, *Beyond Bullet Points*, Microsoft Press (2007)
- ❑ Cliff Atkinson, *The Backchannel*, New Riders Press (2009)
- ❑ **Scott Berkun, *Confessions of a Public Speaker*, O'Reilly Media (2009)**
- ❑ Antonio Briz, Marta Albelda, María-José Fernández, Antonio López Hidalgo, Raquel Pinilla, Salvador Pons, *Saber hablar*, Aguilar (2008)
- ❑ Bert Decker, *You've Got to Be Believed to Be Heard*, St. Martin's Press; Revised edition (2008)
- ❑ **Nancy Duarte, *slide:ology: The Art and Science of Creating Great Presentations*, O'Reilly Media, Inc. (2008)**
- ❑ **Nancy Duarte, *resonate: Present Visual Stories that Transform Audiences*, Wiley (2010)**
- ❑ Juana Erice, *Convencer: Descubra los secretos de los grandes comunicadores*, ESIC (2010)
- ❑ Stephen Few, *Show me the numbers : Designing Tables and Graphs to Enlighten*, Analytics Press (2004)
- ❑ **Carmine Gallo, *The Presentation Secrets of Steve Jobs*, McGraw-Hill (2009)**
- ❑ Robert L. Harris, *Information Graphics: A Comprehensive Illustrated Reference*, Oxford University Press (2000)
- ❑ **Chip Heath y Dan Heath, *Made to Stick*, Random House (2007)**
- ❑ Guy Kawasaki, *The Art of the Start: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything*, Portfolio (2004)
- ❑ Paul J. Kelly, *7-Slide Solution: Telling Your Business Story In 7 Slides or Less*, BookSurge Publishing (2005)
- ❑ Stephen M. Kosslyn, *Clear and to the Point: 8 Psychological Principles for Compelling PowerPoint Presentations*, Oxford University Press (2007)
- ❑ **William Lidwell, Kritina Holden, and Jill Butler, *Universal Principles of Design*, Rockport Publishers (2003)**
- ❑ Susanah Marriott, *Total Meditación*, Pearson Educación (2005)
- ❑ **John C. Maxwell, *Everyone Communicates, Few Connect*, Thomas Nelson (2010)**
- ❑ **Javier Reyero, *Hablar para convencer*, Pearson Prentice Hall (2006)**
- ❑ Garr Reynolds, *Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery*, New Riders Press (2008)
- ❑ **Garr Reynolds, *Presentation Zen Design: Simple Design Principles and Techniques to Enhance Your Presentations*, New Riders Press (2009)**
- ❑ Garr Reynolds, *The Naked Presenter: Delivering Powerful Presentations With or Without Slides*, New Riders Press (2010)
- ❑ Dan Roam, *The Back of the Napkin: Solving Problems and Selling Ideas with Pictures*, Portfolio Hardcover (2009)
- ❑ Carlos Salas, *Las once verdades de la comunicación*, LID (2010).
- ❑ Jerry Weissman, *Presenting to Win: The Art of Telling Your Story*, Prentice Hall (2006)
- ❑ **Christopher Witt, *Real Leaders Don't Do PowerPoint*, Crown Business (2009)**

INFO

SOBRE GONZALO ÁLVAREZ MARAÑÓN

Es Ingeniero Superior de Telecomunicación y Doctor en Informática. Ha publicado varios libros sobre Internet y casi 500 artículos en periódicos y en revistas científicas y profesionales. Imparte regularmente seminarios, cursos y conferencias sobre las tecnologías de la información en foros universitarios, científicos y empresariales.



También ha impartido numerosos cursos y seminarios sobre el Arte de Presentar y cómo superar el miedo a hablar en público en empresas privadas y en la Administración Pública.

Su último libro ha sido [*El Arte de Presentar*](#), publicado en 2012 por la editorial Gestión 2000.

SOBRE EL ARTE DE PRESENTAR

Todos los contenidos de este curso junto con material adicional pueden encontrarse en:

<http://www.elartedepresentar.com/>